

平成30年度私立大学研究ブランディング事業計画書

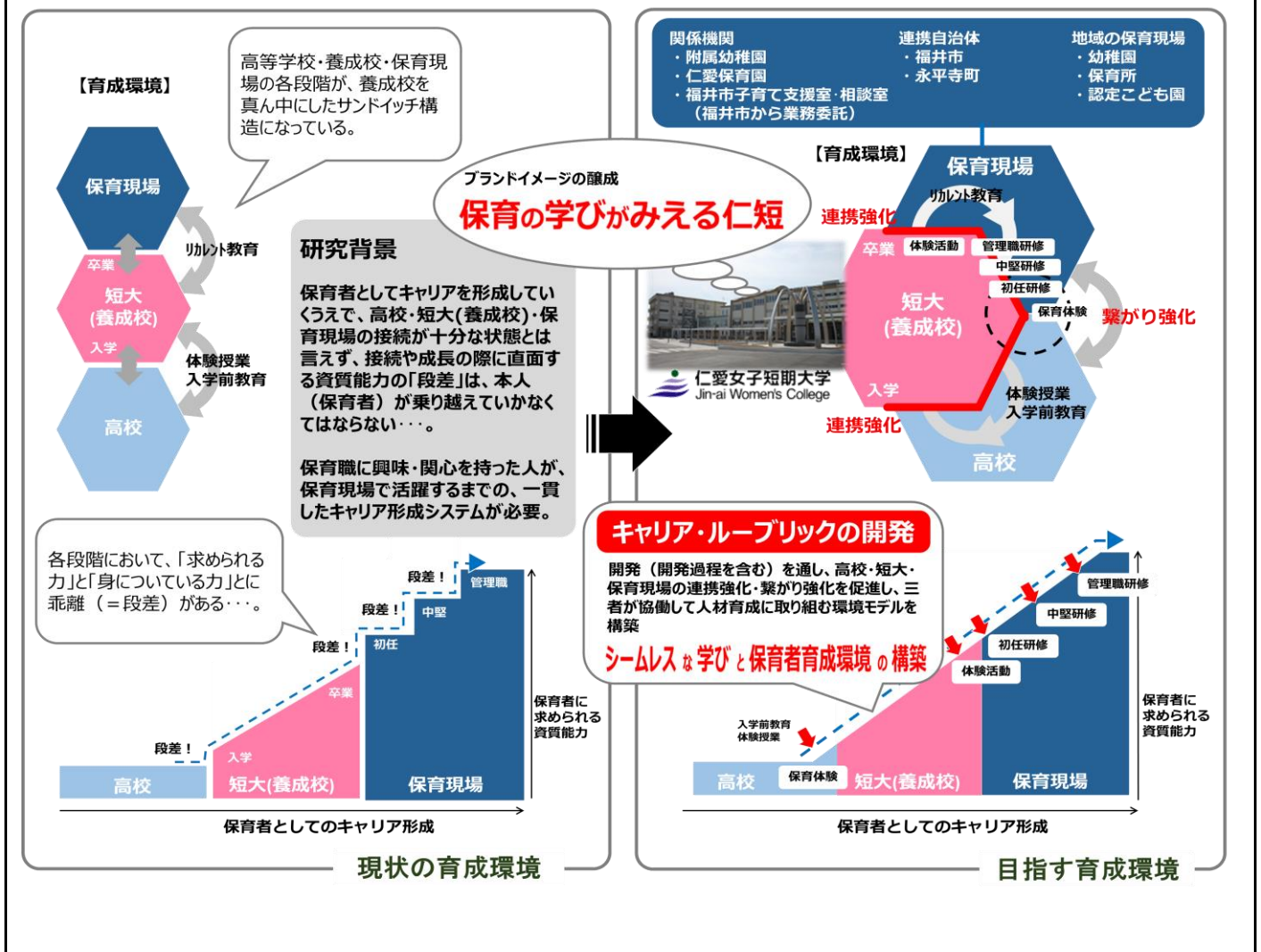
1. 概要（1ページ以内）

学校法人番号	181002	学校法人名	福井仁愛学園		
大学名	仁愛女子短期大学				
主たる所在地	福井県福井市				
事業名	保育者育成のためのキャリア・ループリックの開発～シームレスな高校・短大・保育現場の繋がりを目指して～				
申請タイプ	タイプA	支援期間	5年	収容定員	580人
参画組織	幼児教育学科、生活科学学科、地域活動実践センター、点検評価推進室、研究活動委員会、CI委員会、学生部、事務局				
審査希望分野	人文・社会系	○	理工・情報系		生物・医歯系
事業概要	本事業の目的は、「保育職を志す高校生」が「豊かな経験を有する保育者」へと成長していくため、向上させるべき資質能力の継続的発展を示す「キャリア・ループリック」の開発を行い、高校・短大(養成校)・保育現場が三者間で連携・協働してシームレスな保育者育成環境を構築することにより、「保育の学びがみえる仁短」というブランドイメージの確立を目指すことである。				

イメージ図

# 保育者育成のためのキャリア・ループリックの開発

～シームレスな高校・短大・保育現場の繋がりを目指して～



## 2. 事業内容（2ページ以内）

### （1）事業目的

#### ① 自大学、外部環境、社会情勢等に係る現状・課題の分析

本学幼児教育学科では、これまで3ポリシー（AP・CP・DP）を設定し、適宜その見直しも行なってきた。しかし、見直しを重ねる中で、入口側であるAPと受験生が身につけている資質能力、出口側であるDPと保育現場が求めている資質能力との間には乖離（＝段差）があることが浮き彫りになってきた。

この課題を明確にするため、本学では、学長裁量経費及び学内の共同研究費を活用した出口側の調査を行うこととし、平成26年度から4年間にわたり、福井県全幼稚園、保育所、認定こども園（計337園）を対象としたアンケート調査を実施した（回収率86%）。その結果を『福井県内保育者対象アンケート調査研究報告書』（平成30年3月発行）としてまとめ、本学の保育者養成の特徴や課題の数値化及びその分析を行なった。これにより、出口側の段差の詳細が可視化されたことに加え、保育現場の中においても初任・中堅・管理職の各ステップで求められる資質・能力の違い（＝もう一つの段差）が明らかになり、保育者は日々の保育業務に追われながら、これらの複数の段差に直面し、乗り越えていかなければならない状況にあることも判明した。

一方で、少子高齢化や働き方改革等、子どもや子育て家庭を取巻く社会環境の変化により、保育現場・保育者の社会的役割は年々増してきており、そうした観点からも保育者の一層の質の向上が求められるようになってきている。また、短期大学としては「高大接続改革」への対応も必要であることから、高校、短大、保育現場が三者間で連携・協働して、保育者自身が成長しやすく、かつ優れた保育者を育成していくための仕組みを構築することが喫緊の課題であると言える。

#### ② ①を踏まえた事業の目的

現在、本学が設定する3ポリシーは、あくまで短期大学の立場で、学生が入学時点で保有していて欲しい学習水準から、卒業時点での獲得すべき学習成果の目標、及びその達成のための教育課程編成等の基本的な方針を言語化したものである。しかし、学生本人の立場からすれば、保育職を志望する時点から保育者になった後の将来に亘ってまで、一筋のキャリアとしてストーリー化でき得るものとはなっていない。

そこで本学では、「保育職を志望する段階」から「管理職の保育者になる段階」までの間に求められる資質能力を、一貫して体系化していくためのものを「保育者育成のためのキャリア・ルーブリック」と名付け、開発を行なう。

キャリア・ルーブリックとは、本人が、高校、短大、保育現場の各段階で身につけるべき資質能力及びその段階的基準を共通化し、それを共有することにより「学びの可視化」を図るためのものである。この開発により、前述の「段差」を解消するための手段が得られ、三者が一体となって保育者を育成していこうとする育成環境、即ち、継ぎ目の無い「シームレスな高校、短大、保育現場の繋がり」が構築される。

なお、本研究の独自性は、ルーブリックに保育職を目指す高校生（場合によっては中学生）の段階まで対象を広げている点と、高校・短大・保育現場の三者がキャリア・ルーブリックという一つのツールで繋がり連携・協働を図る点にある。

短期大学は、入学してから2年間という短い期間で保育者を育成し、しかも専門職就職率が9割を超える状況で学生を保育現場へと送り出す。言い換えれば、高校・保育現場と連携して、一貫した保育者育成環境を構築するには、短大が最も適していると言える。このように、本研究は、本学が短大の強みを活かしたものであり、研究テーマを地域社会にアピールしていくことで「保育の学びがみえる仁短」というブランドイメージの確立を目指すものである。

#### ③ 事業目的と大学の将来ビジョンの整合性

本学の幼児教育学科は昭和41年の保育科としての開設以来、長らく県内唯一の幼稚園教諭及び保育士資格を併修できる保育者養成機関として多くの専門的人材を輩出してきた。前述のアンケート調査結果からも、県内の保育者の6割程度を本学卒業者が占めていると推定されており、県内の保育者との結びつきの強さが伺える。さらには、地域連携事業として「福井市子育て支援室・相談室」の運営が福井市より本学園に業務委託されており、同室が子育て支援事業を通じた学生の実践的な学びの場ともなっている。このように、本学は保育・幼児教育機関や子育て支援の現場とは強いつながりを有している。また入学者のほとんどは県内出身者でもあることから、本学において高校・短大・保育現場をシームレスにつなげる「キャリア・ルーブリック」を開発することは、保育者としての学びの体系化と可視化を図るものであり、保育者を志す者を支援し、保育者のキャリアアップにも資することとなる。この点でも、生活しやすい地域づくりを担う人材を育成し、輩出していこうとする本学の将来ビジョンと整合するものである。

#### 【大学の将来ビジョン】

本学は、仏典に依拠する「仁愛兼濟」の語を建学の精神とし、仏教的生命感に基づいた「豊かな人間性」を育み、社会の発展に貢献できる「実践的な専門能力」を身につけた女性を育成することを目指した教育・研究を半世紀にわたり取り組んできた。現在は、福井県内唯一の短期大学として、生活科学学科並びに幼児教育学科を設置し、幅広く人々の生活を支援していくための専門知識と技能を有する人材育成に努めている。

我が国が人口減少社会を迎える中、特に地方においてはその存続に向けた多様な取り組みが求められている。魅力があり、生活しやすい地域づくりを担う人材を育成し、将来にわたって安定的に輩出していくことこそが、本学に期待されている役割である。地域の身近な高等教育機関という短期大学教育の長所や本学の人的資源を活かすと同時に、学びの体系化や可視化をすすめ、それを積極的に地域社会へアピールしていくことで、本学の存在意義を高めることにつなげていく。

**(2) 期待される研究成果**

**① 本事業の研究成果及びその貢献・寄与する範囲**

本事業の研究成果として、次の5つの効果が期待される。

- [効果1] 保育者になるステップが明確になり、保育者になりたいという意欲をもった高校生・志願者が増える
- [効果2] 学習の目的が明確になり、高い能力をもった保育者を養成できる
- [効果3] 高校・本学・保育現場の三者間の連携が深まり、進学や就職のミスマッチが減る
- [効果4] 保育現場において、体系的な育成指標に基づく研修計画の作成が可能になる
- [効果5] 高校・本学・保育現場の三者が協力して、優れた保育者を育成していこうとする風土が醸成される

研究成果が寄与する範囲は、以下のステークホルダーであり、次のとおり再整理される。

**高校生、受験生とその保護者**

- ・保育者になるステップが明確になることで、保育者になりたいという意欲をもった高校生・志願者が増える[効果1]
- ・学習の目的が明確になり、高い能力をもった保育者養成を養成できる[効果2]

**高校教員・高校進路指導部**

- ・APの根拠が明確になり、保育者を目指す生徒への適切な学習指導が可能になる[効果2]
- ・保育分野志望者への進路指導の材料となり、進路選択のミスマッチが減る[効果3]

**学生とその保護者**

- ・AP→CP→DPの一貫性の中で、各授業の位置づけが明確になり、高い能力をもった保育者の養成に繋がる[効果2]
- ・入学前から保育者になるステップに応じて必要となる資質能力が明確になり、入学後の不適合（休学や退学）が減少する[効果3]

**現場の保育者、幼稚園・保育所・認定こども園、保育関連団体**

- ・「キャリアアップ」「マネジメントとリーダーシップ」等が必要とされる保育現場において、今後職員一人ひとりに求められていく資質能力の全体像を示しやすくなり、結果、高い能力をもった保育者としての成長に繋がる[効果4]
- ・養成校や高校と協働して、高校生の時期から保育者を育成するという観点が生まれる[効果5]

この他にも、本事業の研究成果として、次のことが期待される。

- ・教育の質保証を内外に示すための「アセスメントポリシー」の一部となる
- ・高大の接続の在り方が問われているなか、開発されたルーブリックが高校から短大への「学びの連続性」を示すものとして機能し、高大接続改革へと繋がる
- ・ここで得た成果は、当然、他の専門職養成への汎用性を有しており、他の専門職養成のモデルケースとして展開できる（本学であれば、栄養士養成への展開に繋がる）

**② 研究成果の地域社会への寄与**

前述のとおり、保育現場・保育者の社会的役割が大きくなってきているなか、本事業を通して、高校、短大、保育現場が三者間で連携・協働して、保育者が成長しやすく、優れた保育者を育成していくための取組を行なうことは、保育者の質的向上を果たすことはもちろん、保育者にとっても働きやすく、子どもや子育て家庭にとっては安定した保育環境が実現され、ひいては地域社会へ寄与することへと繋がる。

**③ 研究成果やそれが寄与する範囲についての実現可能性**

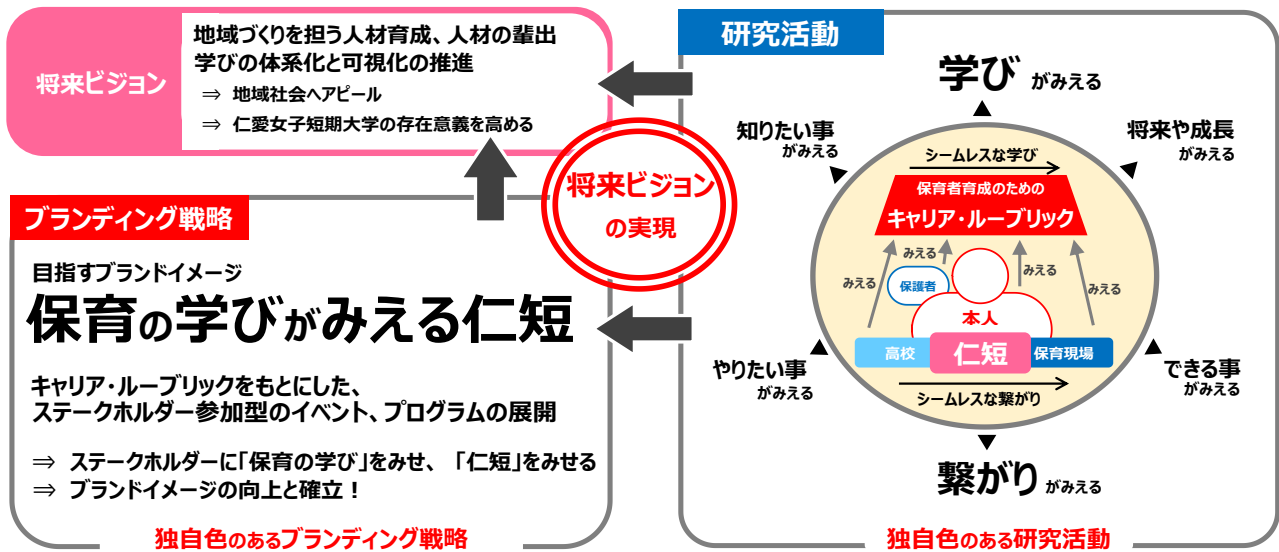
本学幼児教育学科は、50年以上にわたって7,800余名の卒業生を輩出しており、福井県内の保育者の約6割、保育現場管理職の7割弱が本学卒業生であることが、前述のアンケート調査で確認されている。即ち、このように県内保育者との結びつきが深い本学だからこそ、「繋がり合う」ことを目指す保育現場との連携・協働や成果の還元、課題のフィードバックが可能となる。加えて、教育学を専門とする国立大学教員や、本学と包括連携協定を締結している福井市及び永平寺町の担当課も外部評価員としており、本事業の評価を行いつつ多くの保育現場への展開が期待でき、本事業の実現性を担保することとなる。

また、県内唯一の短期大学である本学としては、「2年間」の教育課程という短大の長所を活かして、高校生や学生に対しては2年後・3年後の自分の姿をしっかりとイメージさせ、目標を見失うことなく保育者としての成長し続けるための学修意欲を養うことで、一貫した質の高い保育者育成に向けた環境構築の実現に寄与できるものとする。

### 3. ブランディング戦略（5ページ以内）

#### ① 大学の将来ビジョンと本事業で打ち出す独自色

「ステークホルダー」や「浸透させたい自大学のイメージ」の説明は後で行なうが、まず、将来ビジョンと研究活動、ブランディング戦略の関係性は、次のとおりである。



本学のブランディング戦略の独自性は、本学が独自に開発する「保育者育成のためのキャリア・ループリック」という、高校・短大・保育現場の三者が共有するツールをきっかけにして、その開発にあたり適宜イベントやプログラムを告知・実施し、多くのステークホルダーをこの事業に巻き込んでいくことを中心に進めていくところにある。すなわち、様々なステークホルダーにイベントやプログラムの参加を通じて「保育の学びをみせる」ことで、「仁短をみせる」ことに繋げ、仁愛女子短期大学のブランドイメージの向上と確立を図っていく。これは、将来ビジョンの「学びの体系化と可視化」「地域社会へのアピール」「仁愛女子短期大学の存在意義を高める」と完全に一致し、将来ビジョンの実現に結びつくものである。

なお、将来ビジョンに関しては、毎年4月に全教職員が参加して開催している「教育計画キックオフ会」で、学長が今年度計画の基本方針について、「強みを生かした活動の活性化 ～短大の存在感をアピールするために～」と訴えかけ、本学の今後のあるべき姿を示してきた。今回、改めてそれを再検討・明文化し、将来ビジョン（2-（1）参照）として策定した。新たに策定された将来ビジョン及びブランディング戦略等は代表教授会における審議を経て、最終的には全教職員に公開されている。

#### ②ステークホルダーの検討

2-（2）-①で、研究成果とそのステークホルダーを検討したが、ここでは改めて、ブランディング戦略という視点でステークホルダーの再整理を行なった。その結果、時系列的な要素を加え、本事業のステークホルダーを「保育を志す」「保育を知る」「保育を担う」の3つの段階に分けて整理する。

##### “保育を志す”段階のステークホルダー

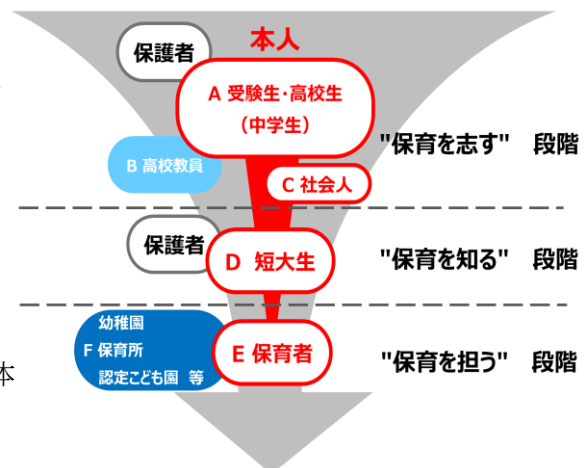
- A. 本学幼児教育学科を志望している受験生や  
保育に関心のある中学・高校生とその保護者
- B. 高校生の進路指導に携わる高校教員
- C. 保育職に関心のある社会人

##### “保育を知る”段階のステークホルダー

- D. 本学幼児教育学科の学生とその保護者

##### “保育を担う”段階のステークホルダー

- E. 現在保育職に就いている保育者
- F. 幼稚園、保育所、認定こども園や保育関連団体



### ③事業を通じて浸透させたい自大学のイメージ

本学幼児教育学科にはこれまで50年以上にわたる保育者養成校としての実績があり、福井県内では「保育を学ぶなら仁短」というイメージは構築されている。県内高校生の進学状況や、本学卒業生の専門職就職実績、県内の保育所等からの求人状況等からみてもその状況は明らかである。しかし、本学の2年間でどのようなプロセスで保育者に育っているのかということは、あまり知られていない。そのために「段差」が生じているともいえる。そこで、本事業を通して、「保育を学ぶなら仁短」というイメージから「保育の学びがみえる仁短」というイメージへ引き上げていきたい。なお、「保育の学びがみえる仁短」というイメージ（キャッチフレーズ）の認知度を、本ブランディング戦略の最終的な評価指標として活用する。

キャッチフレーズの認知度向上のため、更に各段階のステークホルダー毎に次のような具体的なイメージを設定し、それを抱かせることを目標とする。

#### “保育を志す”段階のステークホルダー

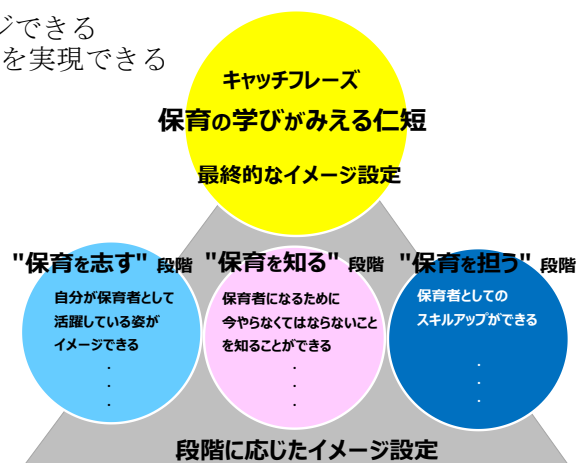
- ・将来、自分が保育者として活躍している姿がイメージできる
- ・2年間の教育課程だからこそ目標を見失うことなく夢を実現できる
- ・なりたいという気持ちを応援してくれる
- ・学び直しができる（ステークホルダーC）

#### “保育を知る”段階のステークホルダー

- ・保育者になるために今やらなくてはならないことを知ることができる
- ・保育者になるために足りない力や不足している力を知ることができる

#### “保育を担う”段階のステークホルダー

- ・保育者としてのスキルアップができる
- ・保育者養成の中身がみえ、現在、どのような教育により保育者養成をしているか分かる



### ④ アンケート調査や意見聴取、既存データの分析等による現状の自大学のイメージ及び認知程度に係る把握・分析内容

各種調査（入学試験合格者を対象としたアンケート調査、在学生を対象にした学生満足度調査、卒業生の就職先を対象としたアンケート調査、福井県内保育者対象アンケート調査、福井県内高校でのヒアリング調査）と、実績データ（入学試験結果、就職状況、県内の保育所等からの求人件数、教員免許状更新講習の参加者数、高校内ガイダンス等の保育系分野での依頼件数）をもとに、各ステークホルダーから見た本学のイメージや認知程度を以下のとおり把握・分析した。

#### “保育を志す”段階のステークホルダー

##### 【本学のイメージ】

- ・保育を学びたいという意欲が高い学生が多い
- ・保育者養成校としての地元での認知度が高い
- ・保育職への就職率が高い
- ・地元就職に強い
- ・面倒見がいい

##### 【状況と課題】

福井県内での本学の認知度は高いが、入学希望者は減少傾向にあり、保育に関心を持たせる取り組みが必要である。

#### “保育を知る”段階のステークホルダー

##### 【本学のイメージ】

- ・本学の専門科目の授業の満足度が高い
- ・専門分野や学科の知識が身についたと感じている学生が多い
- ・保育職への就職率が高い

##### 【状況と課題】

在学中の満足度は高いと言えるが、学生の身につけた能力と保育現場が求める能力とでは差が生じているので、保育者として活躍するために今やらなくてはならないことが分かる取り組みが必要である。

### “保育を担う”段階のステークホルダー

#### 【本学のイメージ】

- ・保育者養成校として専門的な知識を有する教育機関
- ・信頼のおける保育者養成校として認知されている
- ・本学卒業生に対しては「保育に関する基礎的な知識は身につけているが、保育現場で主体的に動く力が弱い」と感じている。

#### 【現状と課題】

保育者の質向上のため、本事業において作成するキャリア・ループリックをもとに、保育者自身が今の、そしてこれからの自分に必要な資質能力を認識し、養成校はそれに対するフォロー研修に取り組んでいく必要がある。

福井県内の保育現場では本学出身者が多く働いており、保育現場と本学との信頼関係は構築できているが、今後の保育者確保という観点から、保育現場においても高校生のうちから保育者を育成するという意識をもつ取り組みが必要である。

### ⑤分析内容を踏まえた情報発信手段・内容の検討

前述の分析結果に、キャリア・ループリックの開発を絡め、多くのステークホルダーをこの事業に巻き込んでいくことで、情報発信をしていく。具体的には、キャリア・ループリックをもとにした各ステークホルダーごとの参加型のイベントやプログラムを展開する。その展開にあたっては、地元メディアへのプレスリリース、印刷物やWebサイトの制作、地域の高校や事業所等への訪問、オープンキャンパス等の高校生対象の行事での発信、SNSの活用などを、初年度から積極的に行う。

### “保育を志す”段階のステークホルダー

- ・保育と出会うイベントの開催
  - ◇高校への出前講座
  - ◇県内の保育所等と連携した保育体験ツアー
  - ◇本学附属幼稚園と連携したキャンパス見学会
  - ◇高校の授業と連携した取り組み（講師派遣、学生派遣等）
  - ◇社会人入試希望者対象の説明会の開催
- ・印刷物、Web、地元メディア、SNSによる情報発信  
(保育職に関心をもたせ、保育者に求められる能力を示す)

### “保育を知る”段階のステークホルダー

- ・学習の目的を明確にし、学習効果を上げるための支援プログラムの実施
  - ◇キャリア・ループリックをもとにした学生本人による学びの状況確認
  - ◇教職員による履修等についての個別相談の実施
- ・保育者になるための能力を高めるためのプログラムの実施
  - ◇保育を志す高校生との交流
  - ◇県内で開催される保育関係イベントへの参加
  - ◇保育所等での保育ボランティアへの参加促進
  - ◇親子対象の公開講座の開講（運営の補助として学生が参加）

### “保育を担う”段階のステークホルダー

- ・保育者の能力向上のためのプログラムの実施
  - ◇キャリア・ループリックをもとにした保育者に対する研修の実施
  - ◇卒業生に対するリカレント教育の実施
  - ◇事業所への本学教員の講師派遣

⑥ 具体的工程

⑦ 工程ごとの成果指標と達成目標

ブランディング戦略を実施していく上での具体的工程及びその成果指標、達成目標は下表のとおりである。

● 具体的工程、成果指標、達成目標

キャッチフレーズ「保育の学びがみえる仁短」

具体的工程	成果指標	2018	2019	2020	2021	2022	達成目標
(1) 研究ブランディング事業を宣伝、情報収集 ・イベントやプログラムの情報発信 ・本事業を周知する印刷物の制作・発行 ・本事業を周知するWebサイトの開設	Webサイトのアクセス数、印刷物の発行先や発行部数、各種イベントの実施回数や参加者数、ステークホルダー毎に実施するアンケート調査結果	■	■	■			イベント参加者等に対し、事業実施3年目までに本事業の認知度60%を目標とする
( キャリア・ルーブリックの完成 )				■			
(2) キャリア・ルーブリックを周知 ・印刷物の発行、Webサイトでの公表 ・シンポジウムの開催	キャリア・ルーブリックを周知するWebサイトのアクセス数、印刷物の発行先や発行部数、各種イベントの実施回数や参加者数			■	■	■	イベント参加者等に対し、事業実施5年目にキャリア・ルーブリックの認知度80%を目標とする
(3) キャリア・ルーブリックを活用した活動の展開 ・在学生への学習支援の強化 ・高校生対象のイベントでの活用 ・保育者のスキルアップのための研修等の実施	学生の満足度調査、キャリア・ルーブリックを活用した各種イベントの実施回数や参加者数			■	■	■	学生に対して満足度調査を行い、事業実施5年目に「満足」が80%以上を目標とする
(4) 関係するイベントやプログラムの展開 ・イベントやプログラムの実施 ・効果的な印刷物の制作 ・効果的なWebサイトコンテンツの制作	Webサイトのアクセス数、印刷物の発行先や発行部数、各種イベントの実施回数や参加者数、ステークホルダー毎に実施するアンケート調査結果	■	■	■	■	■	<b>最終的な達成目標</b> イベント参加者等に対し、事業実施5年目までにキャッチフレーズの認知度80%を目標とする

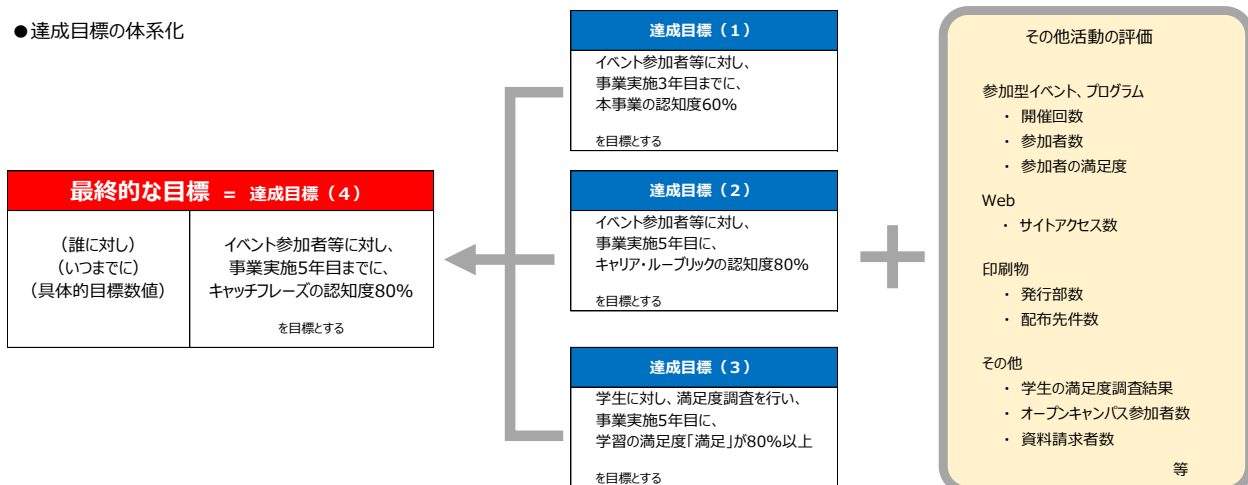
⑧ 達成目標の進捗状況を把握する方法

達成目標の進捗状況は、前述の表に記載のとおり、達成目標毎に設定した具体的な数値を管理し把握していく。目標の設定にあたっては、下表のとおり目標を体系化し、それぞれ「誰に対し」「いつまでに」「具体的な目標数値」を明確にしている。

把握の方法は、イベント時に実施するステークホルダー毎のアンケート調査や、本学で過去から実施してきた学生満足度調査等で計測し、絶対値評価と経年比較による相対値評価を実施する。

本事業の最終的な達成目標を、キャッチフレーズである「保育の学びがみえる仁短」の認知度と設定し、事業全体の目標がぶれないようブランディング活動に取り組んでいく。

● 達成目標の体系化



## 4. 事業実施体制（2ページ以内）

### ① 全学的に事業を実施する体制

この事業の実施にあたり、学長のリーダーシップのもと、5つの部会で構成される研究ブランディング事業推進プロジェクトチームを発足した。チーム編成にあたっては、研究の中心となる幼児教育学科を中心に、全学科、研究活動委員会をはじめとする関係組織等からメンバーを選出し、全学的に事業が実施できる体制とした。5つの部会とその所管事項は次の通りであるが、全部会に横断的に参加するメンバーや、複数の部会に参加するメンバーを適宜配置することにより、各部会が有機的に繋がった構造とし、本事業がより一体となって推進できる体制となっている。

### 統括部会 【事業全体】

学長をチームリーダーに、学科長及び部会リーダー又はサブリーダーを中心に構成され、事業全体を取りまとめる。研究活動、ブランディング戦略、事業全体のそれぞれの進捗状況等についての情報共有・管理、その課題検討、外部評価の実施、PDCAサイクルに基づいた事業全体の実施に関することを所管事項とする。

### 研究実施部会 【研究活動】

研究代表者をリーダーに、研究主体である幼児教育学科教員を中心に構成される。地域活動実践センター主任が構成員となることで、地域社会のニーズと連動した研究活動の展開を図る。各年度の研究活動の実実施計画及び目標達成度の測定方法の作成、研究活動のPDCAサイクルの作成、研究活動に係る5ヵ年予算原案作成、PDCAサイクルに基づいた研究活動の実施に関することを所管事項とする。

### ブランディング戦略部会 【ブランディング戦略】

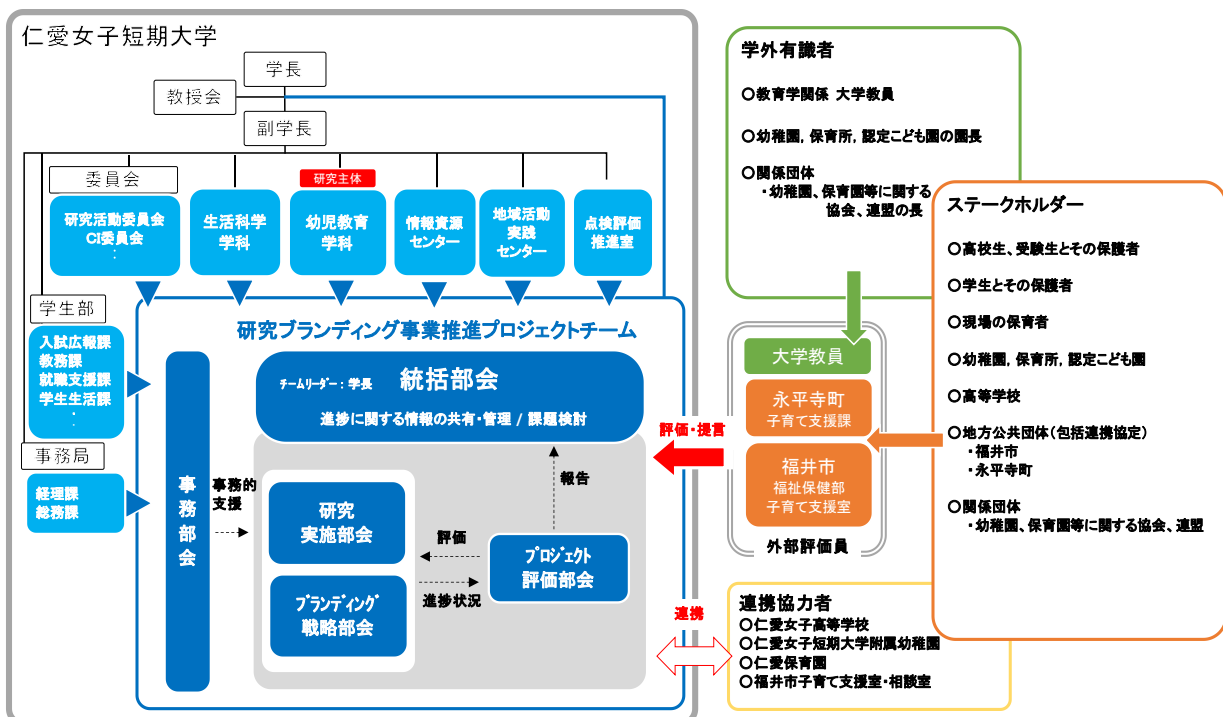
本学中長期計画における「将来を見据えたあるべき短大像の構築」を担当するチーム（通称 第9部会）が当部会を担う。副学長がリーダーをつとめ、若手教職員を中心とした全学科・専攻教員、広報担当職員、経理課職員により構成される。各年度のブランディング戦略の実実施計画及び目標達成度の測定方法の作成、研究活動とブランディング戦略との関係整理、ブランディング戦略のPDCAサイクルの作成、ブランディング戦略に係る5ヵ年予算原案作成、PDCAサイクルに基づいたブランディング戦略の実施に関することを所管事項とする。

### プロジェクト評価部会

全学的な研究実施体制の中で大きな役割を果たす研究活動委員長をリーダーに、CI委員長(全学的な「建学の精神」の教育・研修を担当)、部会リーダー又はサブリーダーを中心に構成される。CI委員長が構成員となることで、「建学の精神」に沿った事業活動であることを担保していく。事業全体（研究活動及びブランディング戦略）の達成目標の設定とその評価の実施、外部評価の内容や方法に関することを所管事項とする。

### 事務部会

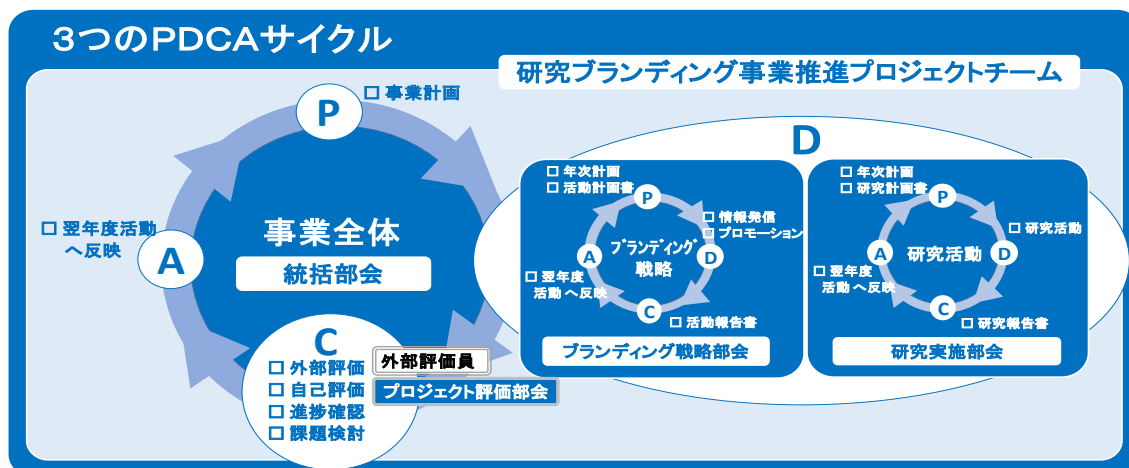
研究支援担当部署長である経理課長をリーダーに、広報担当職員、経理課職員を中心に構成される。申請事務、本事業に係る事務的対応に関することを所管事項とする。事務部会は本事業が円滑に進むよう、全部会を横断的に支援する。





② PDCAサイクル・外部評価体制の整備

研究活動、ブランディング戦略、本事業全体について、次のとおりPDCAサイクルを設ける。



(1) 研究活動のPDCAサイクル

研究実施部会において、年次計画に基づき研究計画書を作成 (P) し、研究活動を実施 (D) する。期待される研究成果とその達成目標に対して自己点検評価し、研究報告書を作成 (C) する。研究報告書は、その後、プロジェクト評価部会が更に評価を行ない、統括部会へ報告する。統括部会の検討結果を踏まえ、翌年度の活動に反映 (A) していく。

(2) ブランディング戦略のPDCAサイクル

ブランディング戦略部会において、年次計画に基づき活動計画書を作成 (P) し、情報発信・プロモーションを実施 (D) する。期待される成果とその達成目標に対して自己点検評価し、活動報告書を作成 (C) する。活動報告書は、その後、プロジェクト評価部会が更に評価を行ない、統括部会へ報告する。統括部会の検討結果を踏まえ、翌年度の活動に反映 (A) していく。

(3) 本事業全体のPDCAサイクル

事業全体をとりまとめる統括部会において全体管理を行なう。年次計画 (P) に基づき、研究実施部会及びブランディング戦略部会が活動 (D) する。事業全体の評価を担当するプロジェクト評価部会が行なう自己点検評価 (C) 及び外部評価員による外部評価 (C) を行ない、事業全体の進捗確認や課題を検討し、翌年度の活動に反映 (A) していく。

(4) 3つのPDCAサイクルの連携

本事業のPDCAサイクルは、図のとおり、3つのPDCAサイクルで構成され、密接に連携し合う。(1)～(3)に記載したとおり、研究活動・ブランディング戦略・事業全体それぞれが明確な手順のもとに自己点検評価できる体制を整備している。プロジェクト評価部会は、研究実施部会及びブランディング戦略部会の自己点検評価結果を2重チェックするとともに、2つの部会の連携を確認し、その結果を統括部会へ報告する。すなわち、学内評価（内部評価）の段階で、自己点検以外にも一つの視点で各活動の実施状況を確認し、より綿密な達成目標管理・評価・課題抽出が実施される。最終的には統括部会（チームリーダー：学長）が、外部評価結果を実施したうえでこれらの点検結果を総理し、将来ビジョンの実現に向けてより有効な事業になるよう、学長の強いリーダーシップのもと学内展開を図る。

(5) 外部評価体制

前出の図のとおり、学外有識者、ステークホルダーそれぞれから外部評価員を選定し、多角的視点で本事業の外部評価を実施する。評価員の選定及びその内容と方法の策定は、プロジェクト評価部会が所管する。

学外有識者：国立大学教育学系教員1名

ステークホルダー：福井市福祉保健部子育て支援室2名、永平寺町子育て支援課2名

③ 学外との有機的な連携

本学と包括連携協定を締結している福井市や永平寺町との連携をもとに本事業を展開する。特に、永平寺町は、幼児教育分野での連携を強化しており、町内の幼稚園・保育園12園全てが公立という町であるということからも、本事業の研究フィールドとして最も有効な連携先の一つであると言える。また、福井市からの委託事業として運営している福井市子育て支援室・相談室や、仁愛女子高等学校、本学附属幼稚園、保育者育成や地域の子育て支援と密接に関わる団体等と連携を行なう。

## 5. 年次計画（3ページ以内）

2018年度	
目 標	<p><b>予備調査・研究に着手し、本事業の広報活動を開始する。</b></p> <p>■研究活動の目標 ○「保育者育成のためのキャリア・ルーブリック」開発に向けた予備調査・研究に着手 【評価指標】研究の達成度</p> <p>■ブランディング戦略の目標 ○保育現場と高校のつながりを強化（高校生に、保育を志すきっかけを提供する） ○すすんだ保育研究を行っている短大としての認知度の向上（本事業の告知を行う） 【評価指標】本事業の認知度</p>
実施計画	<p>■研究活動の実実施計画 ○各都道府県「教員育成指標」の調査研究 ○「高大接続改革」の下、「学びの連続性」を実現している高大接続事例の調査研究 【測定方法】データ収集完了40%、データ分析完了80%、調査研究内容の公表100%といった値を定め、研究の達成度を測定する。測定方法の詳細は、最終的に「プロジェクト評価部会」が検討・設定する。</p> <p>■ブランディング戦略の実実施計画 ○保育体験ツアーなど、高校生が「保育と出会うイベント」を開催（2022年度まで継続） ○本事業を紹介するWebサイトや印刷物の制作（2022年度まで継続） 【測定方法】アンケート調査を行い認知度を測定する。この他、各活動の評価を、開催実績（回数や参加者数等）やWebサイトのアクセス数等で測定する。</p>
2019年度	
目 標	<p><b>「保育者育成のためのキャリア・ルーブリック」開発を本格始動し、本事業の認知度を上げる。</b></p> <p>■研究活動の目標 ○キャリア・ルーブリックを提示していきたいステークホルダーの実際の現状等を把握 ○キャリア・ルーブリックの具体的な文言の作成に着手 【評価指標】研究の達成度</p> <p>■ブランディング戦略の目標 2018年度に実施した広報活動の改善・実施 ○保育現場と高校のつながりを強化（高校生に、保育を志すきっかけを提供する） ○すすんだ保育研究を行っている短大としての認知度の向上（本事業の告知を行う） 【評価指標】本事業の認知度</p>
実施計画	<p>■研究活動の実実施計画 ○『福井県内保育者対象アンケート調査研究報告書』に基づく追加調査 〔アンケート調査および個別面接調査〕 ○高校進路指導部に対するアンケート調査 ○「保育体験ツアー」時における高校生へのアンケート調査 ○キャリア・ルーブリック試案の作成 【測定方法】データ収集完了40%、データ分析完了80%、調査研究内容の公表100%といった値を定め、研究の達成度を測定する。測定方法の詳細は、最終的に「プロジェクト評価部会」が検討・設定する。</p> <p>■ブランディング戦略 ○Webサイト、印刷物、SNS等を活用し、2018年度実施した内容とその成果を周知。 【測定方法】アンケート調査を行い認知度を測定する。この他、各活動の評価を、開催実績（回数や参加者数等）やWebサイトのアクセス数等で測定する。</p>

2020年度	
目 標	<p><b>「保育者育成のためのキャリア・ルーブリック」を完成し、その周知を図る。</b></p> <p>■ 研究活動の目標 ○「保育者育成のためのキャリア・ルーブリック」完成 【評価指標】研究の達成度</p> <p>■ ブランディング戦略の目標 ○キャリア・ルーブリックの名称の認知度向上 【評価指標】キャリア・ルーブリックの認知度</p>
実 施 計 画	<p>■ 研究活動の実施計画 ○キャリア・ルーブリック試案の検証と改善点の洗い出し ○キャリア・ルーブリック完成版の作成 ○『中間報告書』の作成、配布 【測定方法】データ収集完了40%、データ分析完了80%、調査研究内容の公表100%といった値を定め、研究の達成度を測定する。測定方法の詳細は、最終的に「プロジェクト評価部会」が検討・設定する。</p> <p>■ ブランディング戦略 ○Webサイト、印刷物、SNS等を活用し、キャリア・ルーブリックの完成を周知 ○保育体験ツアーなど、高校生が「保育と出会うイベント」においてキャリア・ルーブリックを活用（以後、継続実施） 【測定方法】アンケート調査を行い認知度を測定する。この他、各活動の評価を、開催実績（回数や参加者数等）やWebサイトのアクセス数等で測定する。</p>
2021年度	
目 標	<p><b>「保育者育成のためのキャリア・ルーブリック」を本格的に活用し、さらなる認知度向上を図る。</b></p> <p>■ 研究活動の目標 ○キャリア・ルーブリックの実際の運用に際しての課題の検討 ○高校・短大・保育現場の三者間の連携・協働体制構築に際しての課題の検討 【評価指標】研究の達成度</p> <p>■ ブランディング戦略の目標 ○キャリア・ルーブリックの名称及び内容の認知度・理解度の向上 【評価指標】キャリア・ルーブリックの認知度及び理解度</p>
実 施 計 画	<p>■ 研究活動の実施計画 ○キャリア・ルーブリック使用による効果の測定〔アンケート等による意見聴取〕 ○県内関係機関、高校、保育現場関連団体対象「公開シンポジウム」開催 【測定方法】データ収集完了40%、データ分析完了80%、調査研究内容の公表100%といった値を定め、研究の達成度を測定する。測定方法の詳細は、最終的に「プロジェクト評価部会」が検討・設定する。</p> <p>■ ブランディング戦略 ○Webサイト、印刷物、SNSを活用し、キャリア・ルーブリックの活用方法、実績、効果等を周知（以後、継続実施） ○「公開シンポジウム」の告知 ○キャリア・ルーブリックを活用した在学生への学習支援プログラムの実施（以後、継続実施） 【測定方法】アンケート調査を行い認知度および理解度を測定する。この他、各活動の評価を、開催実績（回数や参加者数等）やWebサイトのアクセス数等で測定する。</p>

2022年度	
目 標	<p><b>シームレスな保育者育成環境を構築し、「保育の学びがみえる仁短」というイメージの確立を図る。</b></p> <p>■研究活動の目標 ○高校・短大・保育現場が連携・協働したシームレスな保育者育成環境における特質と課題の検討 【評価指標】研究の達成度</p> <p>■ブランディング戦略の目標 ○キャッチフレーズ「保育の学びがみえる仁短」というイメージが浸透し認知される。(キャリア・ルーブリックが認知され、各ステークホルダーに活用される) ○学びの可視化や関連活動により学生の学習に対する満足度があがる。 【評価指標】イメージの認知度、学生の学習に対する満足度</p>
実 施 計 画	<p>■研究活動の実施計画 ○全国保育者養成校教職員対象「公開シンポジウム」開催 ○『最終報告書』の作成、配布 【測定方法】データ収集完了40%、データ分析完了80%、調査研究内容の公表100%といった値を定め、研究の達成度を測定する。測定方法の詳細は、最終的に「プロジェクト評価部会」が検討・設定する。</p> <p>■ブランディング戦略 ○全国保育者養成校教員対象「公開シンポジウム」の告知と報告 ○『最終報告書』やWebサイトによる研究成果の周知 【測定方法】アンケート調査を行い認知度および満足度を測定する。この他、各活動の評価を、開催実績（回数や参加者数等）やWebサイトのアクセス数等で測定する。</p>

6. 「私立大学戦略的研究基盤形成支援事業」との関連  
(該当する場合のみ：1ページ以内)

該当なし